

**ANALISIS SEGMENTASI PASAR TERHADAP HARGA SEPEDA MOTOR
AUTOMATIC YAMAHA MIO PADA PT . HASJRAT ABADI
KOTAMOBAGU**

**Indriyati Paputungan
Tinneke M. Tumbel
Henny S. Tarore**

ABSTRACT

By looking at the development of a motorcycle that is increasingly rapidly, many manufacturers of the new motor started to go to Indonesia. The large number of the new motor started to go to Indonesia. The large number of existing motorcycle company raises competitive. Pressure on industry motorcycle Consumer needs and desires are very multifarious against type or brand of motorcycles then request the community against motorcycles continue to experience increased, therefore, market is creative and put the market strategy, take advantage of opportunities that arise in the market related to the desires of the community therefore companies should set the price according to the quality of the product because the price affects the quantity sold is because the price of the very influential towards the success of the products marketed by the company. The aim in this study is whether there is a connection between the market segmentation with the price of motorbikes and detect other factors that also affect the market share within the company bike motors. This research is quantitative research using a simple linear regression analysis approach. Engineering data collection done by spreading the questionnaire filled by 75 respondents and analyzed using simple regression analysis and use test results from t. Linear regression analysis is a simple variable market segmentation effect against prices. Hypothesis test and results showed that the variables simultaneously influential market segmentation significantly to price. Based on the results of this research, companies Yamaha Indonesia to make the latest innovations in accordance with the community's lifestyle and always give you the design and the latest models in accordance with advances automotive world.

Keywords : market segmentation, pricing

1. LATAR BELAKANG

PENDAHULUAN

Saat memasuki era pasar bebas telah terjadi banyak perkembangan di

segala bidang baik dalam bidang ekonomi maupun di bidang industri. Perkembangan tersebut menyebabkan naiknya daya beli masyarakat terhadap produk-produk industri. Perkembangan

yang pesat terjadi juga di dunia industri otomotif, khususnya sepeda motor. Dengan melihat perkembangan sepeda motor yang semakin pesat, banyaknya perusahaan sepeda motor yang menimbulkan persaingan ketat pada industri sepeda motor. Salah satu kendaraan roda dua yang paling banyak di minati oleh masyarakat sebagai alat transportasi adalah Yamaha Mio. Kendaraan ini banyak diminati oleh masyarakat karena mampu melakukan inovasi setiap tahun yang menampilkan model-model baru sesuai dengan perkembangan zaman masa kini. Permintaan masyarakat terhadap sepeda motor terus mengalami peningkatan karena perusahaan motor berusaha meraih besarnya dengan menetapkan berbagai strategi dan segmen pasar.

Yamaha sebagai salah satu pemegang produk sepeda motor terbesar di Indonesia. Sepeda motor yang memberikan kecepatan, kenikmatan dan kenyamanan. Maka penetapan harga merupakan keputusan terpenting karena tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas

yang terjual dikarenakan harga sangat berpengaruh terhadap keberhasilan produk sepeda motor yang dipasarkan.

Segmentasi pasar adalah metode bagaimana memandang pasar secara kreatif. Kita perlu cara kreatif mengidentifikasi, memanfaatkan peluang yang muncul dipasar Hermanto Kartajaya (2004). Segmentasi ada agar perusahaan tidak akan ketinggalan ketika ada peluang yang muncul dipasar terkait dengan keinginan masyarakat. Perusahaan hendaknya cermat membaca kondisi pasar sehingga dapat mengidentifikasi, dari segi demografis, geografis, psikologis perusahaan melakukan yang namanya segmentasi pasar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis bermaksud membahas rumusan masalah dalam penelitian ini: Adakah hubungan antara segmentasi pasar terhadap harga sepeda motor automatic Yamaha mio.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Segmentasi pasar

Segmentasi Pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok - kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik atau perilaku yang berbeda atau mungkin yang membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Segmentasi pasar sebagai proses pengidentifikasian dan menganalisis para pembeli di pasar produk. Ada beberapa variabel segmentasi pasar yaitu Segmentasi geografis, segmentasi demografis dan segmentasi psikologis.

Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjualan tawar menawar atau ditetapkan oleh penjualan untuk satu harga yang sama untuk pembeli. Harga merupakan inti dari kegiatan pemasaran untuk menghasilkan laba

atau keuntungan. Salah satu faktor yang sangat penting guna menunjang tercapainya laba yang diinginkan perusahaan adalah penetapan harga jual produk yang tepat dalam arti sesuai dengan kondisi ekonomi atau pasar akan dapat membantu mewujudkan tercapainya laba yang diinginkan perusahaan.

Hubungan Antara Segmentasi Pasar Terhadap Harga

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda atau mungkin yang membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Segmentasi pasar sebagai proses pengidentifikasi kan dan menganalisis para pembeli dipasar produk, menganalisis perbedaan antara pembeli di pasar. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa setiap perusahaan harus dapat menentukan harga secara tepat. Jadi kesimpulan di atas bahwa segmentasi pasar dapat mempengaruhi persepsi harga terhadap suatu barang atau jasa.

3. METODE PENELITIAN

Waktu & Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan dan menjadi lokasi penelitian ini adalah PT.Hasjrat Abadi Kotamobagu.

Jenis Penelitian

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan pendekatan analisis regresi linear sederhana dan korelasi sederhana.

Populasi dan Sampel

Populasi

Dalam penelitian ini, populasi yang di ambil adalah pemilik sepeda motor Yamaha Mio dan sampel dalam penelitian ini yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Yang dimaksud dengan *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan sengaja dan memilih kelompok yang akan di tuju berdasarkan dengan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur Sah atau Valid tidaknya suatu kuesioner, kuesioner yang

dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang dapat di ukur oleh kuesioner tersebut. Masing-masing item dikatakan valid apabila r hitung > t tabel (Ghozali:2006)

Uji Reabilitas

Alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu variabel dikatakan reliabel atah handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil diukur sekali saja. Untuk mengetahui apakah suatu variabel reliabel atau tidak digunakan uji Alpha Cronbach. Apabila koefisien alpha (α) lebih besar dari 0,6 maka alat ukur di anggap handal. (Ghozali:2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

SegmentasiPasar

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa dari 75 responden konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha Mio mengatakan sangat setuju sebanyak 30% pada kuesioner yang telah di bagikan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Oentoro (2012) yang menyatakan bahwa *segmentasi pasar* adalah kegiatan yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Dimana sepeda motor Yamaha mio mempunyai karakteristik atau kebutuhan yang baik, sehingga sepeda motor Yamaha mio paling diminati oleh masyarakat sebagai alat transportasi. Responden menganggap sepeda motor Yamaha mio mampu melakukan inovasi setiap tahun yang menampilkan model-model baru sesuai dengan perkembangan zaman dan berkualitas baik sehingga mampu menambah keinginan atau kebutuhan untuk menggunakan sepeda motor Yamaha mio.

Harga

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju sebanyak 3,05 %. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Tjiptono (2011). menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya unsure bauran pemasaran yang memberikan

atau pendapatan bagi perusahaan. Hal tersebut diartikan bahwa beberapa responden tersebut mempunyai keputusan harga yang tinggi, dikarenakan produk sepeda motor Yamaha mio yang berkualitas, sesuai dengan kebutuhan dan manfaat, harga yang terjangkau sesuai dengan produk.

Hubungan Segmentasi Pasar Terhadap Harga

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh segmentasi pasar terhadap harga penjualan sepeda motor pada konsumen. Yang mana diindikasikan segmentasi pasar dapat mempengaruhi harga penjualan. Berdasarkan hasil penelitian hipotesis menyatakan bahwa $t_{hitung} 6,521 > t_{tabel} 0,296$ maka terdapat pengaruh segmentasi pasar terhadap harga yang signifikan. Dapat juga dilihat pada uji Korelasi Koefisien bahwa besar pengaruh antara segmentasi pasar dan harga 60,7% Pengaruh tersebut diartikan bahwa segmentasi pasar merupakan salah satu faktor yang cukup mempengaruhi harga. Dengan segmentasi pasar yang memahami kebutuhan dan keinginan konsumen

agar menciptakan nilai atau keputusan terhadap harga pada sepeda motor Yamaha mio. Segmentasi pasar sebagai proses pengidentifikasian dan menganalisis para pembeli di pasar produk agar dapat sukses memasarkan suatu barang atau jasa setiap perusahaan harus dapat menentukan harganya yang terjangkau maka konsumen dapat merasakan kualitas produk sesuai dengan harga yang ditetapkan maka niat berperilaku atau persepsi mereka positif

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian bahwa tingkat hubungan segmentasi pasar terhadap harga sepeda motor Yamaha mio dikatakan kuat, ditunjukkan dari hasil koefisien korelasi, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap segmentasi pasar. Pengaruh positif yang dihasilkan semakin baik harga perusahaan maka semakin meningkat seorang untuk membeli sepeda motor Yamaha mio. Dan disarankan pada dealer pemasar sepeda motor Yamaha Mio pada PT. Hasjrat Abadi kotamobagu agar terus memantau

perkembangan gaya hidup masyarakat yang berubah-ubah setiap saat dan menyarankan PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing untuk membuat inovasi terkini sesuai dengan gaya hidup masyarakat dan selalu memberikan design dan model-model terbaru sesuai dengan perkembangan dunia otomotif saat ini, sehingga banyak menarik konsumen untuk membeli sepeda motor Yamaha Mio.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hermawan Kertajaya. 2004. *Siasatbisnis: Menang dan Bertahan di abad asia Pasifik*. Gramedia Pustaka Utama dan Gatra: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- FandyTjiptono, Gregorius Chandra, 2011, *service management meningkatkan layanan prima*, Jakarta :Andi